

UDK 316.77:321.7

(85-98)

*Meri Maretić \**

# Komuniciranje u lokalnim sredinama

## Summary

The basic supposition for the quality management and self-government relates to the citizens' right to information. The history of democratic communication in the most developed countries is very long. Media, as a kind of local government supervisor, are very important. Enabling approach to the public information on local government activities is a part of the communication process. It is very important to emphasize the existence of control mechanisms that supervise, through their initiatives, the implementation of various political institutions' projects.

**Ključne riječi:** demokratsko komuniciranje, lokalna vlast, odnosi s javnošću, odlučivanje građana, sustavi upravljanja, mediji.

---

\* Autorica je magistrica informacijskih znanosti

## Uvod

Modernizacijom političkih sustava, koji sukladno financijskim mogućnostima postaju sve suvremeniji omogućene su brze promjene u prikupljanju i obradi informacija te njihovu objavljivanju. Globalizacijski procesi utječu na sve razine i vrste koje čine karakter jedne države. Aktivno odlučivanje građana, ideja minimalnog upletanja države u živote, izbjegavanje tradicionalnog odnosa između vlasti i običnih ljudi kao i neravnopravnosti o tome pitanju - temeljne su odrednice novih, modernijih pristupa upravljanju. Sve to predstavlja temelj za razvoj novog polazišta o odnosima s javnošću, koji polako nadilaze dosadašnje načine informiranja, kao jedinog komunikacijsko-informacijskog kanala prema javnosti.

Složenost odnosa s javnošću i međusobna povezanost svih sudionika u suvremenim procesima javnog informiranja upozoravaju na to da su promjene nužne. Redefiniranje odnosa između uprave i javnosti postaje sve značajnije i gotovo neizbježno. Politički marketing zahtjevno je područje i primjeri iz prakse svjedoče o iznimnoj ulozi jasnoga djelovanja, kao osnovnog preduvjeta da se stvori povjerenje između javnosti i čelnika upravnih tijela. Jedinice lokalne samouprave, gradovi i općine, mjesta su odakle procesi modernizacije trebaju krenuti, jer su upravo oni temelj za cjelokupna društveno-politička događanja.

Političke odnose s javnošću ostvaruju različite političke stranke, sa svojim čelnicima, državna uprava te predstavnici zakonodavne i izvršne vlasti. Pitanje koje se u javnosti često postavlja jest način na koji se sve ostvaruje i tko kontrolira informacije? Tko ih usmjerava prema različitim vrstama ciljnih javnosti? Jačanje političke moći i prednost onoga tko prvi posjeduje informaciju, odavno je prepoznato kao iznimna vrijednost na svim područjima života.

Jedno od najznačajnijih pitanja, o trenutačnoj situaciji, jest kada će i na koji način upravna tijela biti u pravome smislu riječi u službi javnosti i na usluzi građanima. Otvorenost prema javnosti i snažnija demokratizacija mijenjaju cjelovit pristup upravljanju javnim dobrima i projektima od šireg interesa.

„S ciljem da javni servisi postanu što učinkovitiji, pojam državne službe doživljava temeljite promjene. Jedna od njih je debirokratizacija, a za njom slijedi decentralizacija. Upravo posljednja predstavlja jednu od

„značajnijih reformi“ inspiriranih učenjima novog javnog menadžmenta o potrebi za decentralizacijom političkog odlučivanja te prenošenjem ovlasti na nižu razinu, što bi trebalo u budućnosti osiguravati veću učinkovitost.“ (prema Lozini, 2003:33)<sup>1</sup>

Posljednjih desetljeća zapadne su vlade bile suočene s novim građanskim izazovima, kao što je pritisak za više učinkovitosti i deregulacije. To je bilo posebno aktualno u provedbi novog javnog menadžmenta. Jednako je zanimljivo i takozvano „novo javno vladanje“. Osnovne karakteristike temelje se na namjerama da se vlade pojedinih zemalja preusmjere s klasičnog načina vladanja na tržišni ili umreženi stil. Ono što je danas aktualno u većini zemalja jest kombinacija ili mješavina više različitih stilova. Koliko je u stvarnome svijetu istine, a koliko se sve temelji na obećanjima predstavnika vlasti i administrativnim idejama - posebno je zanimljiva tematika.

Nacionalna povijest administracije različita je između država s dugom tradicijom postizanja konsenzusa. Primjerice, velike su razlike u političkim uvjetima i nacionalnoj kulturi. Zato, kad je riječ o javnome servisu, značajno je izdvojiti Veliku Britaniju. Za razliku od spomenute države, nove članice Europske unije pokazuju veliku različitost, a specifičnost jest što se tržišno i umreženo vladanje doživljava kao svojevrsan fenomen.

Vladanje je način na koji izabrani političari obnašaju svoje funkcije provodeći odnose između vlasti i javnosti. Hijerarhijsko vladanje je obilježeno strogom vladavinom i kontrolom, a tržišno obilježavaju decentralizacija, deregulacija, politički čelnici i vlada kao servis društva. Umreženo vladanje označava vlasti kao partnere društva, gdje do izražaja dolazi interaktivno stvaranje političkih odluka. Metavladanje je mješavina hijerarhijskog, tržišnog i umreženog vladanja.

Dobro djelovanje građanskog (civilnog društva), potaknuto od komisija EU-a, temelji se na uključivanju javnosti, privatnog i nevladinog sektora u donošenje odluka (prema Meuleman, 2007.)<sup>2</sup>

Kako na državnoj, tako i na lokalnoj razini upravljanja posebnu pozornost privlači važnost da se uspostavi povjerenje među komunikacijskim čimbenicima. Relacija između predstavnika vlasti, medija

<sup>1</sup> Autor ističe potrebu uvođenja otvorenosti javne uprave uz nadzor građana nad njezinim djelovanjem.

<sup>2</sup> Meuleman, L. (2007.): *Public strategy*, The Hague, Programme Communication with the Public.

i šire javnosti često zahtijeva djelovanje socijalnih partnera. Razlog takvoj potrebi obično je u želji da se pomoću takvih dogovora dođe do boljih rješenja, koja su prihvatljivija za društvo u pojedinim područjima gospodarskih i drugih aktivnosti.

U današnjoj situaciji, načini komuniciranja suočeni su s velikim izazovima. Dosadašnji načini obilježavaju trend gotovo potpune izolacije djelatnika za odnose s javnošću od sudjelovanja u donošenju političkih odluka, što bi u spomenutim podjelama označavalo hijerarhijski način vladanja.

Posebna zadaća pred stručnjacima za odnose s javnošću jest prepoznati i razlikovati načine u provedbi vladavine te uskladiti komunikacijske planove s političkom provedbom vlasti. Bilo da se radi o definiranju i provedbi politike, većina službenika za odnose s javnošću nalazi se pred relativno novim i zahtjevnim poslovnim izazovima. Problemi na svim razinama upravljanja, a posebno na lokalnim, jesu što većina stručnjaka za odnose s javnošću nije pripremljena na korištenje novih vještina u komuniciranju.

„Osobe za odnose s javnošću u državnoj upravi nisu iluzionisti koji mogu zamijeniti učinkovite programe ili vrijedne ideje. S druge strane, oni su poput reportera koji rade unutar vlada i skupljaju informacije za javnost.<sup>3</sup>(...)U radu s medijima oni su poput odvjetnika koji objašnjavaju zasluge službenih djelovanja, ispravljaju krive informacije i nastoje popraviti interpretaciju te razumijevanje postojećih. Nadalje, trebaju poznavati uvjerenja svih dužnosnika za koje rade, sudjelovati u donošenju svih važnijih odluka, politika i programa, što je u nas još uvijek rijetko.“ (Skoko, 2006;318)

Problemi, koji se postavljanjem teze o nedostatnim vještinama komuniciranja, jasno uočavaju - upozoravaju na bitne teškoće, posebno karakteristične za lokalne sredine. Naime, izostanak ulaganja u izobrazbu i usavršavanje kadrova sposobnih za moderno komuniciranje stvara nezadovoljstvo i nesnalaženje u modernim komunikacijskim procesima.

Što bi trebalo znati za početnu postavku informacija o zainteresiranim sudionicima, koji mogu biti uključeni u određeni komunikacijski projekt? Djelatnik zadužen za odnose s javnošću dolazi u situaciju da od običnog službenika postaje politički „projekt menadžer“,

---

<sup>3</sup> U komunikaciji s medijima osobe za odnose s javnošću trebaju znati dobro balansirati između interesa političkih stranaka, lokalnih vlasti, sindikata, različitih lobija(...)

koji mora napraviti detaljnu analizu faktora. To znači da umjesto uobičajenog, tradicionalnog pisanja priopćenja i prenošenja izjava nadređenih odjednom mora pronaći odgovore o tome što je pravi problem i koji je razlog njegova nastanka kao i moguća predviđanja razvoja skorih događaja. Unatoč nepromijenjenim uvjetima rada i nemogućnosti znatnijih ulaganja u izobrazbu stručnjaka za odnose s javnošću, zahtjevi postavljeni pred njih sve su opsežniji i složeniji.

Dok se na lokalnim razinama još uvijek rijetki zapošljavaju na spomenuta radna mjesta, modernizacija zahvaća sve, uključujući ulogu glasnogovornika ili savjetnika za komuniciranje. Oni postaju osobe koje u razvijenim državama obavljaju znatno složenije poslove, i imaju veliku odgovornost.

Primjerice, za razliku od komunikacijskog tehničara<sup>4</sup> (naziv iz europskih zemalja) koji obavlja jednostavnije poslove, što proizlazi iz naziva, važniju ulogu ima stručnjak za odnose s javnošću, koji istražuje i definira probleme odnosa s javnošću, razvija programe i provodi ih uz pomoć suradnika i potporu uprave. Najvažniju ulogu ima koordinator odnosa s javnošću, koji je uključen u strateške odluke od samoga početka. Koordinatori su dio tima koji je odgovoran i za donošenje odluka i za njihovu provedbu.

U opisu većine stručnjaka za odnose s javnošću, koji se poslovima bave kao dio upravljačkog tima, najvažniji alati korišteni za dobivanje traženih podataka ili odgovora jesu sastavljanje popisa čimbenika ili zainteresiranih sudionika uz definiranje njihovih uloga, interesa i stajališta. Slijedi procjena snage i položaja te analiza interesa koje zastupaju, što pobliže znači definirati podudarnosti zajedničkih interesa. Uz temeljitu analizu svih uključenih u svojevrsnu mrežu ili skupinu međusobno povezanu određenim interesima, posebno je značajna i analiza argumenata - o tome tko je od sudionika iz kojih razloga angažiran u određenome projektu. Na kraju se provodi analiza rizika u stvaranju politike, što određuje jesu li sudionici u procesu važni kao i to može li se na njih utjecati.

U navedenim komunikacijskim procesima klasično pregovaranje nisu, na lokalnoj razini, provodili djelatnici za odnose s javnošću, dok se modernizacijom uloga situacija mijenja. Nove tehnike pregovaranja

---

<sup>4</sup> Provode komunikacijske programe i aktivnosti, poput pisanja objava za medije, uređivanja časopisa tvrtke i razvoja internetske stranice.(...) ne sudjeluju u organizacijskom donošenju odluka.

zahtijevaju iznimne komunikacijske vještine, koje jednako tako traže pripreme i stručna usavršavanja.

Činjenice na terenu, u lokalnim sredinama, govore o gotovo minimalnim ulaganjima u izobrazbu službenika koji se bave komuniciranjem s javnošću.

Iskustva iz gradova i općina u lokalnim sredinama podupiru činjenicu da nedovoljno financijsko izdvajanje za usavršavanje djelatnika otežava suočavanje s novim izazovima u modernizaciji procesa.

Prema istraživanjima provedenim u hrvatskim gradovima i općinama dosta je nejasnih situacija, koje godinama ostaju neriješene. Primjerice, različite su uloge, zaduženja, opseg i odgovornost službenika za komuniciranje u županijama i lokalnim sredinama. U pojedinim sredinama ravnatelji protokola obavljaju i poslove odnosa s javnošću, dok negdje to rade šefovi kabineta, stručni suradnici ili stručni savjetnici.

Unatoč značajnim pokušajima da se odredi položaj struke, nije postignuto jedinstveno stajalište niti su vrednovani poslovi za odnose s javnošću. Poseban je problem neshvaćanje spomenutih poslova i njihova važnost za političke čelnike na lokalnim razinama, gdje se često ističe da takve službe nisu potrebne. Općine, koje nemaju novaca da zaposle tu vrstu stručnjaka, nisu u položaju organizirano provoditi medijske kampanje, kao niti iskoristiti moguće komunikacijske kanale za konkretnu suradnju s lokalnim stanovništvom.

Komunikacija se kao način uključivanja javnog mnijenja u donošenje odluka najčešće ostvaruje preko medija. Planirani kontakti sa širom javnosti (uključujući ciljne skupine) omogućuju s jedne strane političarima, a s druge strane građanima, da otvoreno iznose stajališta i prijedloge. Upravljanje društvenim procesima, odgovornost za donošenje određenih odluka ne bi trebala biti povlastica određene skupine ljudi.

Od demokratski izabраниh političkih čelnika ne očekuje se zatvaranje komunikacijskih kanala. Naprotiv, građani potpomognuti medijima sve više očekuju otvorenost u komuniciranju. U svemu navedenom uloga medija ima iznimno značenje, iako se i tu često različito shvaćaju pojedine medijske aktivnosti.

„Iako mnogi čelnici prepoznaju važnost slobode medija, često su frustrirani poteškoćama koje se javljaju u njihovu radu, izloženom javnosti, tvrdeći da preuranjene rasprave ili izlaganja predloženih smjernica ometa učinkovitost (...)“ (Bjornlund, 2007:15). Prema tvrdnjama iste autorice

napetosti između medija i vlasti prirodene su ulogama koje imaju u sustavu demokratskog upravljanja. „Službenici lokalne uprave i birokrati žele medijsko objavljivanje dobrih priča, koje pokazuju kako se radi odličan posao, a isto žele i drugi ljudi. Te priče doista i vrijedi objaviti. No, često ono što je vama zanimljivo i važno kao menadžerima, nije zanimljivo čitateljima.“ (Theaker, 2007:259.)

Pojedini mediji traže nove načine, kako bi vratili povjerenje građana, koje stalno pada prema vlastima i sredstvima javnog priopćavanja. Novinarstvo usmjereno na građanske teme i probleme preuzima sve aktivniju ulogu povezujući zainteresirane skupine radi rješavanja problema.

„Dodatnu teškoću za lokalnu vlast i upravu predstavlja činjenica da politiku stvaraju izabrani predstavnici, koji djeluju na stranačkoj političkoj osnovi, dok je službenicima koji provode tu politiku zabranjeno uključivanje u političke aktivnosti.“ (Theaker, 2007:259)<sup>5</sup>

Prema stranim iskustvima sve više lokalnih vlasti istražuje kako prepoznati potrebe svojih korisnika. Upravo rezultati istraživanja preduvjet su stvaranju

osnova za planiranje i provedbu brojnih razvojnih i drugih ciljeva, kao i oblikovanju politike. Ovisno o različitosti zakonskih ograničenja s kojima se suočavaju pojedine sredine nastaju raznovrsnosti u financijskim izdvajanjima namijenjenim ulaganju u informiranje.

Zanimljivo je istaknuti primjer pokušaja da se ograniči moć lokalne uprave donošenjem zakona, koji je uvela Margaret Thatcher. „Zakon iz 1986. lokalnim vlastima zabranjuje da se bave političkim publicitetom. Mora se voditi poseban zapisnik o troškovima publiciteta, koji se definira kao – bilo kakva komunikacija u bilo kakvom obliku, upućena javnosti u cjelini ili nekom njezinom dijelu. Zakon iz 1988. iznosi čimbenike koje treba uzeti u obzir kada se odlučuje o tome smatra li se da neki materijal utječe na potporu javnosti nekoj političkoj stranci.“ (Theaker, 2007:263)

Nakon navedenih primjera upravljanja lokalnim upravama, načinima provedbe politike i komunikacijskim karakteristikama pojedinih modela - nameće se zaključak da bez obzira na načine političkog vladanja, stručnjaci smatraju: „Lokalne se vlasti razlikuju prema tome koliko važnosti pridaju profesionalnoj praksi odnosa s javnošću.“ (Harvey, 1995:73) Isti autor ističe i nekoliko osnovnih ciljeva cjelokupnih

---

<sup>5</sup> Od vijećnika koji osjećaju da su izabrani kako bi djelovali prema vlastitoj savjesti, sada se od središnje vlasti očekuje da bude osjetljivija za interesne skupine.

komunikacijskih aktivnosti stručnjaka u lokalnim sredinama, od kojih je na prvome mjestu važnost planiranja, uspostava i održavanje korporativnog karaktera vlasti.

Pritom je na najvažnije upravljanje resursima na korist građana i zajednice. Iznimno važno je također ulaganje znanja i napora u čuvanje identiteta. Zanemarivanje takvih projekata i nepoštivanje povijesne tradicije izaziva nezadovoljstvo javnosti. Jedan od najvažnijih zadataka jest informirati građane o političkim odlukama, koje utječu na kvalitetu i obilježja života na određenim područjima. Uz uobičajene aktivnosti u suradnji s medijima treba unaprijed i profesionalno pripremiti odgovore upućene kritičarima aktualne vlasti.

Među najodgovornije zadaće spada održavati otvorenost komunikacijskih kanala, koristeći se različitim medijima. Savjetodavna uloga dolazi kroz trajni proces savjetovanja političara i pročelnika pojedinih odjela o otvorenosti prema medijima i građanima. Na kraju se ističe i dužnost upravljanja funkcijom odnosa s javnošću uz poštivanje svih profesionalnih normi.

Jedan od najznačajnijih elemenata u odnosu između predstavnika lokalnih vlasti, medija i građana jest važnost prenošenja informacija, kako bi u konačnici biračko tijelo raspolagalo činjenicama temeljem kojih donose odluku pri izboru nove vlasti.

Sve češća postavljanja teza o negativnom utjecaju vlasništva nad više medija te o njihovu utjecaju na javno mnijenje dovode u pitanje povjerenje koje čitatelji imaju u političare i novinare, koji informacije oblikuju. Prema nekim predviđanjima golemi monopoli nad izvorima informacija ostavit će velike posljedice na sve koji ne budu osposobljeni koristiti se prednostima novih medija. Komercijalni i politički ciljevi mogu rezultirati visokom razinom ekonomske moći u medijima, što je prijetnja slobodi informiranja kako u višim, tako i u nižim (lokalnim) sredinama.

Iznimno značenje u procesima modernizacije i uvođenja novih informatičkih tehnologija ima otvaranje novih mogućnosti pristupa informacijama, što samo po sebi postavlja građane (korisnike) u središte zbivanja. Sve je to važno i za javne administracije, često kritizirane da komunikaciju provode otežano i previše sporo. Nova tehnologija može znatno poboljšati komuniciranje političara i lokalne zajednice.

„U mnoštvu novih propisa i političkih slogana, koji danas promoviraju uspostavu e-države, ne smijemo zaboraviti izvornu ideju koja stoji iza internetizacije javne uprave.



E-država je zamišljena i definirana u akcijskim planovima EU-a, a cilj joj je što je više moguće pojednostaviti i ubrzati javne usluge.“ (Gelo, 2005:38)<sup>6</sup>

Obavješćavanje u lokalnim sredinama, suočeno s razvojem novih medija, uvjetuje službenicima za odnose s javnošću da ovladaju korištenjem svih potrebnih alata za pretraživanje interneta, postavljanje internetskih stranica i prihvaćanje činjenica da sav posao postaje brži i izravniji. Ne treba zanemariti ni to da elektronički način uspostave odnosa s javnošću otvara sve više tema, koje objavljuju online mediji. Isporučivanje sadržaja priopćenja izravno na računala novinara, sada je svakodnevni posao i dio komunikacijskih aktivnosti.

Prema unutarnjim pravilnicima u sve više jedinica lokalne uprave i samouprave uvodi se profesionalno zaduženje za izradu internetskih stranica, na kojima se objavljuju vijesti o aktualnostima županija, gradova i općina. „Zadatak pribavljanja podataka u svrhu informiranja je promijenjen.(...) Suočeni s novim kreativnim zadatkom, stručnjaci za odnose s javnošću imat će pristup potrebnim ključnim informacijama. Umjesto da odjednom prime velike količine podataka o temi, računalo - ili neki drugi uređaj koji bi ga mogao zamijeniti -može spremi taj materijal u strukturiranom formatu, što će mu pomoći pri upravljanju informacijama.“<sup>7</sup>(Green, 2007:217)

Modeli upravljanja odnosima s javnošću ovise o stupnju profesionalizacije i ozbiljnosti pristupa pojedinih lokalnih sredina. Budući da u većini gradova i općina nema posebno organiziranih stručnih timova za odnose s javnošću, događa se da komuniciranje nema obilježja suvremenih upravljačkih primjena u praksi. Na temelju rezultata znanstvenog istraživanja<sup>8</sup> godine u svim gradovima i općinama Splitsko-dalmatinske županije - na tome primjeru (ili studiji slučaja) može se zaključiti da su ulaganja u profesionalizaciju struke na samim počecima.

---

<sup>6</sup> Osnovni elementi e-vlade su publiciranje, interakcija i transakcija, što znači dostupnost podataka preko nove tehnologije, sudjelovanje javnosti u donošenju odluka i suvremeno korištenje javnim servisima.

<sup>7</sup> U pozitivnom scenariju, ovaj razvojni smjer otvorenih izvora informacija razvijat će se zajedno sa sve preciznijim oblicima pristupa internetu i čuvanju podataka. Pesimistični scenarij označava razvoj većeg vlasništva, kontrole i ograničenja pri korištenju ključnih znanja. Pojavljivanje „infopoduzetnika“, koji žele imati kontrolu nad informacijama, moglo bi ograničiti dostupnost *brandiranim* informacijama.

<sup>8</sup> Maretić, M.(2006/2007.): Istraživanje o odnosima s javnošću u lokalnoj samoupravi na primjeru gradova i općina Splitsko-dalmatinske županije.

Iako sudionici istraživanja, gradonačelnici i načelnici, ističu želju da se otvore prema javnosti, provedba ovisi o mnogim drugim čimbenicima. Tako od 16 gradova na području spomenute županije, samo 4 imaju zaposlenike zadužene isključivo za poslove odnosa s javnošću. U šest gradova te poslove obavljaju službenici, koji nisu primarno zaposleni kao stručnjaci za odnose s javnošću, nego te poslove obavljaju sekundarno.

Ostali gradovi, njih šest nemaju radno mjesto predviđeno za zapošljavanje djelatnika za komuniciranje s javnošću. Istraživanje potvrđuje različitost naziva radnih mjesta, ali i neujednačenost odgovornosti, koju ta funkcija nosi - primjer je stručni suradnik za protokol i predstojnica kabineta, koja je uz to i glasnogovornica. Postoje i nedosljednosti u tome radi li se o političkoj ili profesionalnoj ulozi, odnosno o stalnoj ili privremenoj dužnosti.

Navedena situacija utječe i na mnoge druge aktivnosti političkih čelnika gradova i općina, te na pročelnike, jer javni istupi često nisu pripremljeni. Naime, upravo na lokalnoj razini događaju se improvizacije i nedosljednosti, pa se prekida komunikacija na relaciji uprava-lokalni medijski izvijestitelji.

Jedan od razloga nerazumijevanju komunikacijskih procesa jest i nedostatna upućenost izabranih političara u način funkcioniranja medija. Uz nedostatak informacija o temeljnim elementima rada novinara (izjave, intervjui, komentari, redakcijski rokovi, priprema priloga, uloga urednika) te izostanak organizirane izobrazbe o važnosti javnih istupa - posljedice se očituju u otežanom prijenosu informacija građanima. Spomenutu tvrdnju pojašnjavaju činjenice da su samo četiri gradonačelnika bila na organiziranoj poduci, i to uz pomoć stranke, čiji su predstavnici u lokalnoj vlasti.

Komuniciranje s novinarima zbog svih je navedenih razloga znatno opterećeno nepovjerenjem. Prema izjavama gradonačelnika, najčešći razlog lošoj suradnji je neprofesionalnost novinara, što se potkrepljuje podatkom da je informaciju zamijenila senzacija. Naime, većina čelnika smatra da novinari onemogućavaju da se objave pozitivne vijesti, nego teže skandaloznim izvješćima. Zamjera im se i nedostatan prostor u medijima, te predugo čekanje na objavu vijesti. Suvremeni načini komuniciranja, gdje su česte promjene izvijestitelja potpuno je suprotan u manjim, lokalnim sredinama, posebno u općinama. Lokalni dopisnici na istim su zadaćama godinama kao u sljedećem navodu: „Novinar koji prati određeno područje, mora se u svojem poslu osjećati kao „kod kuće“(…) Najvažnije je steći

povjerenje. Opasnost koja vreba u prevelikom zbližavanju, gubitku osjećaja za vijesti, jer novinar postaje opterećen unutarnjim odnosima (...). (Malović, 2005:268)

Unatoč nedovoljnom ulaganju u razvoj odnosa s javnošću u manjim gradovima i općinama, rezultati istraživanja potvrđuju da je neposredna komunikacija najviše zastupljena upravo u tim sredinama. Izravnim komunikacijskim planom najviše se koriste načelnici siromašnijih sredina, koji teško pronalaze sredstva za bilo kakve projekte, osim infrastrukturnih, koji se smatraju prioritetnima.

Nepostojanje radnog mjesta djelatnika za odnose s javnošću u internim pravilnicima upozorava na slabije vrednovanje toga posla u gradovima Splitsko-dalmatinske županije u odnosu prema drugim većim gradovima u Hrvatskoj.

Korištenje usluga specijaliziranih agencija za odnose s javnošću još nije prihvaćeno, a jedan od mogućih razloga je i nepostojanje stavke u proračunu, koja osigurava ulaganje u razvoj komuniciranja. Uz nedostatak financija, obrazovanih kadrova, volontersko odrađivanje poslova i medijska izolacija česte su u nerazvijenim sredinama.

Ako sve to prati i izostanak proaktivnog djelovanja, događa se da tijekom višegodišnjeg političkog mandata pojedini čelnici ne održe nijednu konferenciju za medije. Podatak o nepoznavanju osnovnih informacija o medijima, komuniciranju i javnom mnijenju te iznimno loša kadrovska i tehnička opremljenost takve sredine dovodi do potpune izolacije. Zaključuje se da uzročno-posljedična veza (ne)ulaganja u profesionalnu izobrazbu budućih političkih čelnika ima višestruko negativne posljedice.

Približavanje članstvu EU-a i moguće korištenje sredstava iz pretpristupnih fondova, kao i sudjelovanje građana u donošenju odluka ciljevi su, koje bi svaka sredina trebala uzimati u obzir. „Iako u usponu, odnosi s javnošću na lokalnim razinama nisu prihvaćeni kao dio upravljačke, nego administrativne funkcije. Da bi se spoznalo kako je vođenje odnosa s javnošću jednako važno kao i vođenje politike, prijeko je potrebno i nezamjenjivo stručno obrazovanje, i političara i njihovih savjetnika ili glasnogovornika.“ (Skoko, 2006:314)

Posebna zanimljivost o poslu stručnjaka za odnose s javnošću jest da se od njih očekuje izravna komunikacija s medijima, stvaranje komunikacijskih planova i strategija - dok ih se zaobilazi pri donošenju odluka. „Građani općenito malo vjeruju vladama, korporacijama i medijima. Sve ih više obraća pozornost na aktivnosti struke za odnose s

javnošću, gotovo jednako kako u kojoj raste njezina moć da utječe na njihovo mišljenje i ponašanje“ (Pavlović, 2006:65).

Stanje na području odnosa s javnošću u lokalnim sredinama moglo bi se ocijeniti kao mješavina različitih kombinacija istupa u javnosti, improviziranja u davanju informacija, nedovoljno razvijenim i vrednovanim. Nepostojanje jasno postavljenih pravila i podijeljenih funkcija za koje se znaju zaduženja i odgovornosti postavlja veliki posao pred sve sudionike komunikacijskih procesa u lokalnim sredinama.

## **Zaključak**

Odnosi s javnošću na lokalnim razinama nisu na zadovoljavajući način razvijeni, kako bi bili u funkciji demokratskog komuniciranja. Gradski i općinski politički čelnici nemaju razvijene strategije komuniciranja s predstavnicima sredstava javnog priopćavanja. Nepostojanje organiziranih službi za komuniciranje s javnošću odraz je neshvaćanja važnosti, ali i nedostatak financijskih ulaganja u razvoj tih službi. Poseban problem je rezultat spomenutog stanja koje se nepovoljno odražava na krajnje korisnike - građane.

Izostanak edukacijskih programa o komunikacijskim procesima i nezainteresiranost čelnika za njihovo pohađanje donosi niz problema koji nastaju zbog nepoznanice funkcioniranja medija. Zanemareno organiziranje profesionalnih službi za komuniciranje s javnošću - onemogućuje medijske aktivnosti.

Rezultati istraživanja provedenih u 55 gradova i općina u Splitsko-dalmatinskoj županiji, govore o nedovoljno razvijenoj svijesti o važnosti uloge odnosa s javnošću. Da bi se poboljšalo stanje, neizostavno je pokrenuti edukativne procese prilagođene predstavnicima gradskih i općinskih uprava o brojnim pitanjima, prvenstveno o značenju dvosmjernog komuniciranja i otvaranju uprave prema javnosti kako bi građani ostvarili pravo sudjelovati u donošenju odluka važnih za lokalne sredine u kojima žive.

## Literatura

Bjornlund, L. (2006.): *Odnosi s medijima za predstavnike lokalne samouprave: komuniciranjem do rezultata*, Zagreb, Hrvatska udruga za odnose s javnošću- Biblioteka PRint

Gelo, R. (2005.): *Privredni vjesnik*, Zagreb

Green, A. (2007.): *Kreativnost u odnosima s javnošću*, Zagreb, Hrvatska udruga za odnose s javnošću- Biblioteka PRint.

Harvey, B. (1995.): *Public relations in local government*, The Practice of public Relations, 4th edition, Butterworth Heinemann.( 73-86)

Lozina, D., Klarić, M. (2003.): *Nova javna uprava*, Split: Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet.

Malović, S. (2005.): *Osnove novinarstva*, Zagreb, Golden marketing-Tehnička knjiga.

McNair, B. (2003.): *Uvod u političku komunikaciju*, Zagreb, Fakultet političkih znanosti, biblioteka politička misao.

Meuleman, L.(2007.): *Communication with the Public*, The Hague, Academy of Government Information and Communication.

Milardović, A. (2004.): *Pod globalnim šeširom*, Zagreb, Centar za politološka istraživanja.

Pavlović, A.(2006.) *Velika odgovornost za veliku moć*, Poslovni tjednik, Zagreb; Lider, Lider press d.d.

Rosensweig, F., Wekselberg, V. (2006.): *Priručnik za organizacijski razvoj u lokalnoj samoupravi*, Zagreb, The Urban Institute.

Skoko, B. (2004.): *Hrvatska-identitet, image i promocija*, Zagreb, Školska knjiga.

Skoko, B. (2006.): *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću*, Zagreb, Millenium promocija.

Theaker, A. (2007.): *Priručnik za odnose s javnošću*, Zagreb, Hrvatska udruga za odnose s javnošću- Biblioteka PRint.

Tkalac, A. (2003.): *Modeli odnosa s javnošću*, Zagreb, Ekonomski fakultet.

Vujević, M.(2001.): *Politička i medijska kultura u Hrvatskoj*, Zagreb, Školska knjiga.

